



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN LABEL
HALAL TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

FREDI SETYAWAN ARLENSAH

NIM.2016-11-260

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK,CITRA MEREK DAN LABEL
HALAL TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapkan dihadapkan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

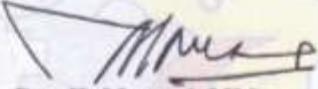
2021

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Dina Lusianti, SE., MM., AAK
NIDN.0630098401

Pembimbing I


Drs. H. Masruri, MM
NIDN.0601085601

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. H. Mohammad Edris, Drs., MM
NIDN.0618066201

Pembimbing II


Dina Lusianti,SE., MM., AAK
NIDN.0630098401

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fredi Setyawan Arlensah

NIM : 201611260

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagaimana yang ada pada Skripsi ini. Jika terdapat karya dari hasil orang lain, saya mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila pada kemudian nanti terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penulisan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muria Kudus.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Kudus, Desember 2020
Yang membuat pernyataan,



Fredi Setyawan A
NIM. 201611260

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”(QS Al Baqarah: 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari sesuatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap.”(QS Al Insyirah: 6-7)

“Rileks Tapi Narget” (Ridwan Kamil/Kang Emil)

Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Allah SWT yang telah memberi jalan dan kemudahan dalam segala urusan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
2. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Abdul Wakhid dan Ibu Sujatmi yang selalu mendukung baik secara moril maupun materil selama ini dan mendoakan disetiap langkah kakiku berpijak
3. Dosen fakultas Ekonomi dan Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus)**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Dr. Suparnyo,, SH., M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Drs. H. Masruri.,MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 4) Dina Lusianti,SE,MM,,AAK selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta bimbingan dengan sabar memberikan masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 5) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
- 6) Kepada bapak, ibu, dan Keluarga tercinta yang telah memberikan ketulusan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus.

7) Seluruh pihak dari Agen Naturaworld Kudus, baik pihak Agen dan Konsumen Naturaworld Kudus sebagai responden dan sumber data dalam penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK,CITRA MEREK DAN LABEL
HALAL TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus)

Fredi Setyawan Arlensah

NIM. 2016-11-260

Pembimbing 1 : Drs. H. Masruri.,MM

Pembimbing 2 : Dina Lusianti,SE,MM.,AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Label Halal terhadap Minat beli ulang konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel Intervening (studi kasus pada konsumen Naturaworld Kudus). Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 130 responden. Uji penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengolahan data menggunakan editing, coding, scoring, dan tabulating. Analisa data menggunakan SEM-AMOS

Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Label Halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.Label halal berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang konsumen.Sedangkan Kualitas Produk dan Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata kunci: kualitas produk,citra merek,label halal,kepuasan,minat beli ulang.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND HALAL
LABELS ON CUSTOMER RE-BUYING INTEREST WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLES**

(Case study on Natura 'world Kudus consumers)

'Fredi Setyawan Arlensah

NIM. 2016-11-260

Adviser 1 : Drs. H. Masruri.,MM

Adviser 2 : Dina Lusianti,SE,MM,,AAK

UNIVER SITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, brand image, and halal labels on consumer repurchase interest with customer satisfaction as an intervening variable (a case study of Naturaworld Kudus consumers). This study took a sample of 130 respondents. This research test using validity test and reliability test. Data processing using editing, coding, scoring, and tabulating. Data analysis using SEM-AMOS

The results of this study are Product Quality and Halal Label have a significant effect on customer satisfaction, while brand image has no significant effect on customer satisfaction.Consumer Satisfaction has a significant effect on Consumer Repurchase Interest.The halal label has a significant effect on consumer repurchase interest.Meanwhile, product quality and brand image have no significant effect on consumer repurchase interest.

Keywords: product quality, brand image, halal label, satisfaction, repurchase interest.

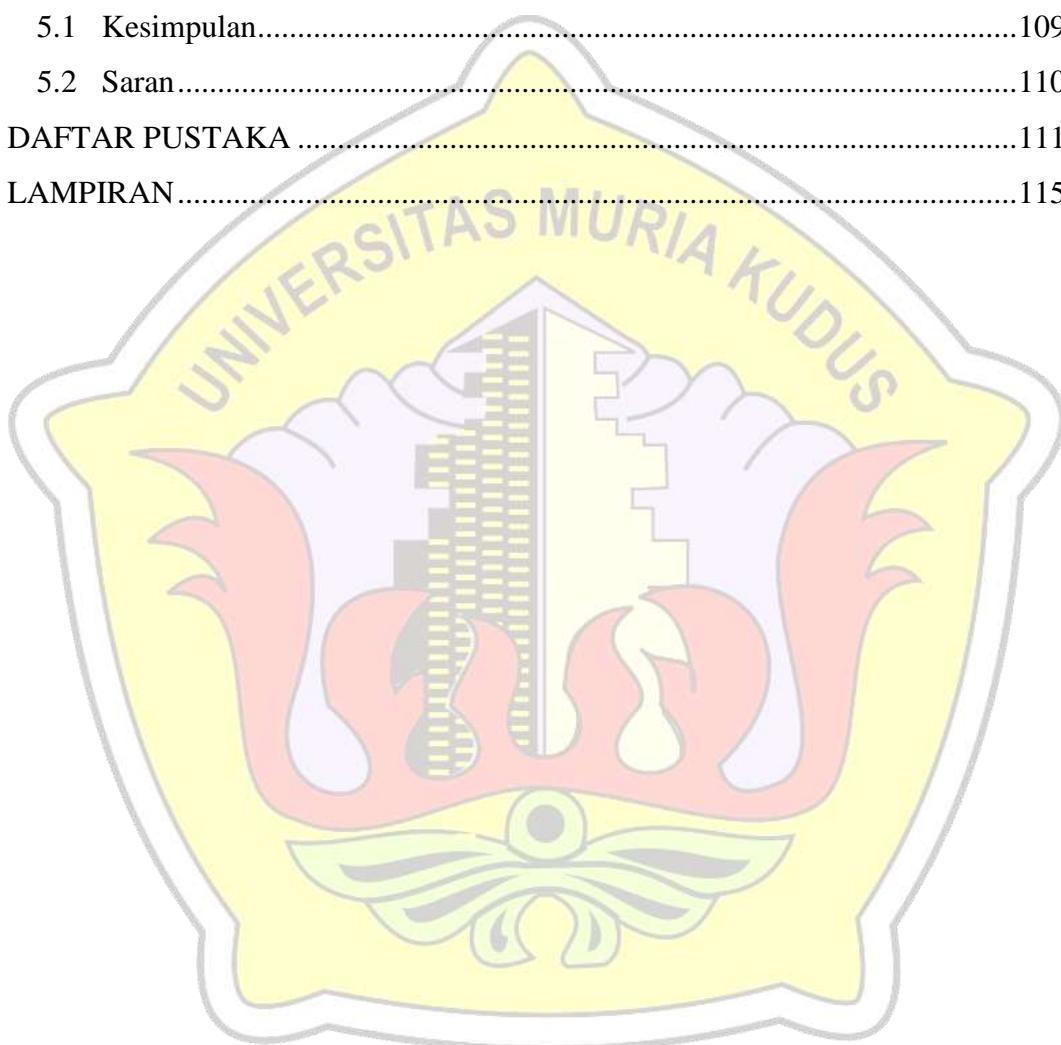
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Bagi Penulis.....	13
1.5.2 Bagi Perusahaan	13
1.5.3 Bagi Pembaca	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	1
2.1 Deskripsi Teori	14
2.1.1 Minat Beli Ulang Konsumen.....	14
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang Konsumen	15
2.1.1.2 Indikator Minat Beli Ulang Konsumen	16
2.1.1.3 Aspek Minat Beli Ulang Konsumen	18
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.2.2 Indikator Kepuasan Konsumen	22
2.1.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	24
2.1.3 Kualitas Produk	28

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	29
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk	30
2.1.3.3 Manfaat Kualitas Produk.....	33
2.1.4 Citra Merek	34
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	34
2.1.4.2 Indikator Citra Merek.....	36
2.1.4.3 Manfaat Citra Merek.....	38
2.1.5 Label Halal	39
2.1.5.1 Pengertian Label Halal	39
2.1.5.2 Indikator Label Halal	41
2.1.5.3 Manfaat Label Halal.....	42
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	48
2.4 Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Rancangan Penelitian	51
3.1.1 Jenis Penelitian.....	51
3.1.2 Pendekatan Penelitian	51
3.2 Variabel Penelitian	53
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	53
3.2.2 Definisi Operasional.....	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	57
3.3.1 Jenis data	57
3.3.2 Sumber Data.....	57
3.4 Populasi dan Sampel	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2 Sampel.....	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data	60
3.5.1 Observasi	60
3.5.2 Dokumentasi.....	61
3.5.3 Kuesioner atau Angket	61

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.7 Pengolahan Data.....	64
3.8 Analisis Data	64
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	65
3.8.2 Uji Hipotesis.....	65
3.8.3 Memilih Tingkat Keyakinan	69
3.8.4 Menghitung NilaiStatistik	69
3.8.5 Mendapatkan Nilai UjiKritis	70
3.8.6 MenginterpretasikanHasil	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1.1 Profil Singkat Natura World	71
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	72
4.1.2 Karakteristik Responden	72
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	81
4.1.4.1 Hasil Uji Validitas.....	81
4.1.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	82
4.1.5 Uji Hipotesis.....	83
4.1.5.1 Analisis Konfirmatori.....	83
4.1.5.2 Uji Normalitas	87
4.1.5.3 <i>Outliers</i> Data	88
4.1.5.4 <i>Analisis Structural Equation Modelling (SEM)</i>	89
4.1.5.5 Uji Hipotesis	93
4.1.5.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	96
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.2.1 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	100
4.2.2 Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen.....	102

4.2.3 Pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen	103
4.2.4 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.....	104
4.2.5 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang	105
4.2.6 Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang.....	106
4.2.7 Pengaruh label halal terhadap minat beli ulang	107
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Persentase Prasurvey	8
Tabel 3.1 Defini Operasional	55
Tabel 4.1 Deskripsi Usia Responden	73
Tabel 4.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	74
Tabel 4.3 Deskripsi Status Pernikahan Responden.....	74
Tabel 4.4 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden.....	75
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	76
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek	77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Label Halal.....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	79
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	80
Tabel 4.10 Hasil uji Validitas	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.12 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen	85
Tabel 4.13 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen	86
Tabel 4.14 <i>Assessment of normality</i>	87
Tabel 4.15 Analisis <i>Outlier</i>	89
Tabel 4.16 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	90
Tabel 4.17 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	92
Tabel 4.18 Uji Hipotesis	93
Tabel 4.19 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	96
Tabel 4.20 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i>	97
Tabel 4.21 Hasil Estimasi <i>Total Effect</i>	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	49
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	84
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	86
Gambar 4.3 Hasil Analisis SEM	90
Gambar 4.4 Hasil Analisis SEM menggunakan teknik respesifikasi.....	92

